

**CENTRO DE ESTUDOS E PROMOÇÃO DA CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E
MEIO AMBIENTE - CODD**

**A contribuição das redes sociais na formação da cidadania crítica em
Moçambique**

*Um estudo exploratório realizado na cidade de Maputo e online com cidadãos
moçambicanos*

Egídio G. Vaz Raposo | www.egidiovaz.com | egidiovaz@gmail.com

Helena Ernesto Cumaio | helenacumaio@gmail.com (Assistente de pesquisa)

ÍNDICE

Introdução	3
Procedimentos Metodológicos	5
Técnicas de Análise dos dados	6
Constituição das Amostras.....	6
A internet em Moçambique.....	7
A mídia em Moçambique	9
Em que medida é o activismo digital eficaz?	11
Estratégias para um efectivo engajamento/activação dos cidadãos nas redes sociais: Implicação para a política do CODD	15
Conclusão	21
Bibliografia	22

INTRODUÇÃO

O presente trabalho discute a contribuição das redes sociais da internet para a constituição e consolidação de um espaço de exercício da cidadania em Moçambique. Conferimos o termo genérico de activismo digital, ao engajamento dos cidadãos na participação pública (Kalyango, 2012).

Por sua vez, entendemos por participação pública, o envolvimento de indivíduos ou grupos de interesse na discussão de assuntos sujeitos a decisão ou em processo de implementação.

Partimos do pressuposto de que as redes sociais e a mídia social possuem uma capacidade de mobilização política pública capaz de levar à acção, salvaguardando o facto de esta mobilização apenas é activada em indivíduos com uma predisposição política (Vissers, 2012)¹.

Questionamos se a democratização no acesso a internet é determinante para a cristalização deste espaço público ou pelo contrário, o activismo é indiferente a quantidade.

Da análise do sistema da mídia moçambicano, argumentamos que o activismo digital em Moçambique floresce e consolida-se como um espaço de excelência para a participação pública ante a fraca tendência no consumo de informação política pelos cidadãos.

A preferência pelo activismo digital justifica-se pelos baixos custos no acesso as ferramentas da internet, a liberdade com que se acede, a pluralidade que lhe caracteriza bem como as possibilidades de exposição que elas oferecem (que pode ser uma exposição anónima, simulada ou dissimulada). Vai dai resultar a preferência de cidadãos pelo conjunto destes recursos gratuitamente disponíveis online, principalmente o Facebook, para contornar a censura e autocensura impostas aos órgãos de informação tradicionais. Por outro lado, fruto do

¹ Vissers, Sara; Stolle, Dietlind (2012). Spill-over effects between Facebook and on/offline political participation? Evidence from a two-wave panel study. Edmonton, Canadian Political Science Association Annual Meeting, June 15-17, 2012

reconhecimento da centralidade da internet pelos órgãos de informação, as estratégias de adaptação destes acabam beneficiando em larga medida os cidadãos, quando livremente partilham parte da informação por estes produzidas para o consumo público nas redes sociais inscrita aliás, na estratégia de promoção dos seus órgãos.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa foi baseada numa abordagem metodológica qualitativa. Tendo em conta a diversidade de informações necessárias, foram utilizadas várias técnicas de recolha de dados incluindo reuniões formais, revisão documental, entrevistas semiestruturadas e observação directa.

Adicionalmente foi aplicada um pequeno inquérito a dez estudantes da Escola Superior de Jornalismo e outros dez da Escola de Comunicação e Arte da Universidade Eduardo Mondlane para aferir os efeitos *spillover* do activismo online sobre o offline; uma forma que julgamos fundamental para avaliar o potencial das redes sociais em Moçambique se transformarem em verdadeiros espaços de cidadania crítica em Moçambique.

A revisão documental permitiu obter uma visão panorâmica sobre as “redes sociais e seu impacto na formação de um espaço público de cidadania crítica em Moçambique”.

As entrevistas semiestruturadas e grupos focais permitiram a recolha de dados qualitativos. As entrevistas semiestruturadas e os grupos focais foram realizados com actores com categoria de informantes-chave, essencialmente, membros dirigentes do movimento solidário do Facebook, MSF.

Por sua vez, a observação directa teve a finalidade de oferecer dados complementares aos obtidos através de outros instrumentos. A observação consistiu nas visitas em espaços de aglomeração populacional e ambientes de trabalho como espaços abertos e cibercafés com acesso a internet. Especificamente, visitamos o átrio do Campus Universitário, da ECA e da Universidade Pedagogia tendo falado com grupos de estudantes que na altura ali se encontrava.

Os instrumentos de recolha de dados, consistiram de:

- Guiões para entrevistas individuais semiestruturadas;
- Guiões para discussões em grupos focais;
- Grelhas de observação.

TÉCNICAS DE ANÁLISE DOS DADOS

Os dados qualitativos resultantes da aplicação das entrevistas e dos grupos focais foram analisados com a técnica de análise de conteúdo. Grelhas de categorização foram construídas para a análise.

CONSTITUIÇÃO DAS AMOSTRAS

As amostras para a aplicação dos instrumentos de recolha de dados (entrevistas semiestruturadas e grupos focais), foram determinadas em função da natureza dos actores implicados e de outra informação resultante da análise documental, nomeadamente, estudantes universitário, jovens, cidadãos comum, membros dirigentes do MSF e a comunidade online no geral.

A penetração da internet em Moçambique é de 4,3% dos 23 milhões de habitantes que a compõem. Existem em Moçambique 1 011,185 usuários da internet; dos quais 362,560 são usuários do Facebook; Moçambique situa-se no 124º lugar, de uma lista de 213 países (Socialbakers, 2013).

Quanto ao ranking dos países africanos falantes do português, Angola é líder com 385.360 usuários do Facebook (16º lugar em África); seguido de Moçambique (21º lugar); Cabo Verde (31º lugar), com 87.260 usuários; Guiné-Bissau (40º lugar), com 41.100 usuários e, em último lugar, São Tomé e Príncipe (49º lugar) com 5.400 usuários.

A opção pelo uso das redes sociais da internet pelos cidadãos pode estar associada às possibilidades que ela oferece para um debate aberto e plural, onde todos, e querendo, podem participar na criação e difusão de informação. Pressionando agentes políticos e determinando a agenda de muitos mídia, os utilizadores demonstram estar ante uma plataforma ideal para a criação de verdadeiros movimentos sociais ou de eventos mais ou menos fugazes, como manifestos ou campanhas virtuais².

Em pouco tempo, desde que elas foram introduzidas em Moçambique e com a emergência da tecnologia de comunicação de terceira geração, 3G, as redes sociais tornaram-se autênticas “zonas libertadas da repressão e da censura” da mídia moçambicana, sendo muitas vezes conotadas como estando condicionadas às agendas de grupos de interesses, sejam eles políticos ou económicos, e à chantagem económica, que condiciona que reportem com a isenção e o rigor desejáveis (Raposo, 2012:4)³.

² Cardoso, Gustavo; Lamy, Cláudia (2011). "Redes sociais: comunicação e mudança". JANUS.NET e-journal of International Relations, Vol. 2, N.º 1, Primavera 2011

³ Raposo, Egidio et al. A centralidade das redes sociais no acesso ao Estado pelos cidadãos. In: Boletim debate. Maputo: CEC, pág. 4-11.

A tecnologia da terceira geração da telefonia móvel permitiu que o acesso à internet e às respectivas redes sociais deixasse de depender apenas de computadores. Assim, a maioria dos moçambicanos pôde aceder à internet mesmo sem um computador, a partir de um telemóvel. Este facto veio revolucionar a forma como a informação é obtida, partilhada e gerida.

Em virtude do que ficou exposto acima e das oportunidades que as redes sociais oferecem, estão a emergir em Moçambique, principalmente nos grandes centros urbanos, como Beira, Maputo, Nampula e Matola, autênticos *centros de cidadania virtual*, nos quais cidadãos de vários estratos e níveis académicos trocam informação valiosíssima sobre os diferentes aspectos do país. Assim, estes espaços virtuais se têm afirmado como referentes do debate intelectual, um pouco à margem dos cânones impostos a mídia tradicional pelos grupos de interesses e de pressão.

O ambiente da mídia em Moçambique pode considerar-se estável do ponto de vista político e social, apesar das manifestações esporádicas de censura e autocensura bem como da “chantagem” financeira que em muito condiciona a sustentabilidade de larga maioria das empresas jornalísticas.

Não obstante a expansão notável de estações televisivas, a rádio continua a ser o principal meio de comunicação social, sendo a Rádio Moçambique (RM) o órgão comunicação social de maior cobertura em todo o país (IREX, 2013).

Nos distritos, a interferência política é sistemática e a censura praticada principalmente por autoridades distritais contra as rádios comunitárias têm provocado uma certa regressão neste sector (IREX, 2013).

A legislação da mídia não garante a liberdade de imprensa devido a sua porosidade principalmente em relação a regulamentos e mecanismos de regulação. Ainda estão por ser aprovados a nova lei de imprensa, a nova lei de radiodifusão; a política de migração digital ainda por ser definida e as leis anti-mídia por serem supridas (Raposo et al, 2010).

A actuação da imprensa ainda se acha condicionada, factual e/ou potencialmente, por um conjunto de leis antidemocráticas, que são corporizadas por normas que se afiguram como límpidos atentados à liberdade de imprensa e de expressão bem como do direito à informação. Eis algumas dessas leis:

- Lei número 12/79 (Lei do Segredo do Estado);
- Lei número 18/91 (Lei de Imprensa);
- Lei número 19/91 (Lei dos Crimes contra a Segurança do Estado).

A Lei número 12/79 estabelece, embora de forma problemática, o regime jurídico do instituto do Segredo do Estado. Nessa lei, não se define, em concreto, o que será o Segredo de Estado e nem se diz quem tem competência para qualificar uma determinada situação como configurando Segredo de Estado. Tudo pode, pelos detentores do poder, ser qualificado como tal, tendo em conta os interesses em jogo, o que torna insegura a actuação da imprensa.

A Lei número 18/91 também pode ser considerada como condicionando, em parte, o pleno usufruto da liberdade de imprensa e da liberdade de expressão. O número 4 do artigo 47º desta lei reza que “Não é admitida a prova da verdade dos factos se o ofendido for o Presidente da República ou, havendo reciprocidade, Chefe de Estado estrangeiro ou seu representante em Moçambique”.

A Lei número 19/91, que foi aprovada uma semana depois da aprovação da Lei de Imprensa (Lei número 18/91), diz, no seu artigo 20, que quando figuras como o Presidente da República, ministros e secretários de partidos políticos são difamadas pela imprensa, logo essa situação corresponde a um crime contra a segurança do Estado. Esta é, nitidamente, uma lei desajustada daquilo que se pode esperar dum ou num estado de direito democrático.

A norma da Lei de Imprensa transcrita no parágrafo anterior afigura-se deveras problemática, podendo até, a nosso ver, operar como uma espécie de barreira psicológica à liberdade de imprensa e de expressão. Na verdade, a constitucionalidade dessa norma é até questionável, tendo em conta que a Constituição da República estabelece o direito à presunção de inocência.

É igualmente urgente a aprovação de uma Lei de Direito à Informação, para possibilitar a efectivação do acesso à informação por parte dos cidadãos, em geral, e dos jornalistas, em particular. Estes últimos são, não poucas vezes, condenados somente porque os documentos que eram imprescindíveis para a confirmação dum e outro facto foram “trancados a sete chaves”, mesmo contendo informações de um indisputável interesse público e nada tendo que ver com o Segredo de Estado, tendo em conta os princípios internacionais a isso aplicáveis (Raposo et al, 2010).

O papel da mídia na formação da consciência cívica é em Moçambique limitado. Pereira (2007)⁴ argumenta por exemplo, que em tempos eleitorais, a influência dos órgãos de informação na formação do voto situa-se a 30% enquanto a identificação partidária constitui o maior definidor do voto. As redes sociais e outras perfazem os restantes 20% (Pereira, 2007:10).

⁴ Pereira, João C. G. (2007). Onde é que os eleitores moçambicanos adquirem as suas informações políticas? Maputo: IESE

A Internet e as redes sociais estão a tornar-se em canais poderosos para a aprendizagem sobre questões úteis aos cidadãos bem como para a mobilização e participação pública em Moçambique.

Por exemplo, aquando a greve dos médicos decorrida entre 20 de Maio a 15 de Junho de 2015 a Associação Médica de Moçambique veiculava seus comunicados pelo Facebook. A detenção do Dr. Jorge Arroz, Presidente da Associação Médica foi anunciada pela primeira vez no mural de Facebook do Jornal @Verdade e depois popularizada pelos demais órgãos de comunicação. Consequentemente, a mobilização de mais de duas mil pessoas que apearam defronte da VI Esquadra da PRM em Maputo exigindo a libertação do médico foi igualmente graças as redes sociais.

Mais do que em qualquer momento na história da internet em Moçambique, ficou provado que os cidadãos adoptaram a internet como o espaço privilegiado para obter e trocar informações, mobilizar para causas públicas, expressar livremente as opiniões contornando assim o demais bloqueios impostos de censura e autocensura impostas a diversas redacções.

Por compreender o potencial da internet e dos recursos que ela oferece hoje, os órgãos de informação moçambicanos estão abrindo páginas da internet, disponibilizando gratuitamente as principais notícias dos seus órgãos e partilhando-as em murais de Facebook ou Twitter e You Tube. O caso mais recente (2013) inclui o lançamento do Website do Jornal Domingo (www.jornaldomingo.co.mz).

Apesar destes avanços e facilidades, em Moçambique, a eficácia das redes sociais enquanto espaço para o exercício de cidadania só pode ser verificada à luz da teoria de dependência dos sistemas da mídia. Segundo esta teoria, quanto mais o indivíduo depender da informação para suprir suas necessidades, mais importante será o papel que a mídia exercerá na vida deste indivíduo elevando assim a sua influência sobre ele.

Outrossim, importa acautelar o facto de em Moçambique muitos cidadãos obtêm informação política de diversas fontes sendo em menor grau, através de órgãos de informação (Pereira, 2007), até porque o acesso a estes é limitado a um grupo menor, maioritariamente presente em centros urbanos.

As rádios comunitárias, privadas e estatais são as que mais chegam a esmagadora maioria da população moçambicana porém, este facto não se traduz automaticamente no consumo pelos cidadãos de informação necessária para engajá-los em debate público (Raposo, 2012:4).

Importa também ressaltar o facto de ao falarmos do papel da internet (através das suas ferramentas) como espaço para o exercício da cidadania pelos moçambicanos, este exercício limita-se na sua maioria ao nível do diálogo, em muitos casos, apesar de não haver muita diferença entre o diálogo online e presencial conforme notado por Zúñiga em *Reimagining Pathways to Political Participation*⁵ (Zúñiga et al, 2010, 36).

Há quem por causa disto tenha achado que o activismo online não passasse de um clicktivismo ou pseudo-activismo. Alguns estudiosos duvidam do potencial das redes e mídia sociais para a promoção e consolidação de um activismo político sério. Num artigo influente intitulado "Small Change: Why the revolution will not be tweeted, 2010", Malcolm Gladwell (2010) comparou a coragem de estudantes afro-americanos de década de 1960 que se amotinavam e enfrentavam barricadas na luta pelos seus direitos com os actuais activistas online.

Para este estudioso, por ser pouco exigente, o activismo online precisaria de ir um pouco mais para além da mobilização de um click e de simples actividades como adesão ao fóruns e grupos de discussão, assinatura de petições online etc.

⁵ Homero Gil de Zúñiga , Aaron Veenstra , Emily Vraga & Dhavan Shah (2010): Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation, *Journal of Information Technology & Politics*, 7:1, 36-51

Mas para este desafio David Karpf (2010)⁶ notou que os críticos do activismo online estavam equivocados. Para ele, a diferença entre o activismo online e offline está no grau e não no tipo. No seu artigo intitulado *Online Political Mobilization from the Advocacy Group's Perspective: Looking Beyond Clicktivism*, David Karpf argumenta que e-mails em massa ou petições ou grupos de Facebook são do ponto de vista funcional equivalentes às petições fotocopiadas, ou cartazes coladas em paredes ou distribuídos porta-a-porta. Karpf também nota que tais acções representam apenas parte de toda estratégia do activismo, pelo que deverão ser vistas na perspectiva de conjunto.

As redes sociais estão a cada dia a tornar-se numa ferramenta crítica para a cidadania digital, engajando cidadãos num debate cívico ideal.

A partir da descrição anteriormente feita podemos afirmar que o activismo digital que floresce nas redes sociais, fortalece-se para além dele. Um exemplo crítico é a formação do **Movimento Solidário do Facebook**⁷, uma entidade que nasceu em 2012 das discussões sobre as soluções para a mitigação dos efeitos das cheias na cidade de Maputo e o papel dos cidadãos. A consolidação deste movimento⁸ implicou no desdobramento do âmbito e foco das suas actividades para além da cidade de Maputo, estando agora igualmente envolvida na angariação de bens, serviços e dinheiro para ajudar diversos grupos vulneráveis, entre crianças órfãs, vítimas de cheias bem como as maternidades⁹.

Outro sinal da eficácia do activismo digital em Moçambique pode ser encontrado nas reacções que ele produz no seio dos políticos. Por exemplo, no dia 15 de Abril de 2012 o Presidente da República disse durante a V Assembleia-geral da Organização da Juventude que as redes sociais da internet “têm o potencial de se transformar em espaços geradores de representações, fábricas de sonhos inalcançáveis e de infinitas miragens e expectativas que podem levar à

⁶ Karpf, David (2010) “Online Political Mobilization from the Advocacy Group's Perspective: Looking Beyond Clicktivism,” *Policy & Internet*: Vol. 2: Iss. 4, Article 2.

⁷ Cf: <http://goo.gl/Tw1Zi>

⁸ <https://www.facebook.com/groups/255840577820696/>

⁹ Entrevista com Amelina Nhachungue, Jorge Matine, dirigentes do MSF

secundarização da cultura de trabalho, promovendo o espírito de mão-estendida”. O presidente esclareceu de seguida nos seguintes termos: “Referimo-nos aos meios de comunicação social, à Internet e, mais recentemente, às redes sociais virtuais. A conectividade, que é uma realidade em cada vez mais espaços geográficos da nossa Pátria Amada, tem, sem dúvidas, muitas vantagens, particularmente no que diz respeito à democratização do acesso ao conhecimento e à criação de cidadãos cosmopolitas virtuais. O facto de no premir de uma tecla encontrar-se a solução comunicacional pretendida pode ser extrapolado para a tendência de procurar respostas simples e imediatas para problemas complexos. Podemos nos esquecer que os desafios estruturais com que nos debatemos nesta ou naquela área requerem respostas sustentadas e sustentáveis que, portanto, levam mais tempo a aparecer¹⁰.”

Como podemos aferir, este discurso documenta para os fins desta pequena reflexão, a eficácia do activismo digital, que, como ficou documentado, transcende o espaço virtual, criando consequentes efeitos sobre os assuntos debatidos¹¹.

Concluimos assim que o activismo digital em Moçambique está se consolidando como uma ferramenta crítica para a promoção do engajamento dos cidadãos na participação pública.

¹⁰ Vide: <http://goo.gl/lTA05>

¹¹ Na edição de 22 de Agosto de 2012, o semanário Canal de Moçambique perguntava em machete: "Porque Guebuza não gosta do Facebook"? De seguida o jornal descreveu o que considerava as razões da aversão do poder político com relação as redes sociais. Segundo o jornal, tem sido no Facebook onde se desenvolvem debates acesos e candentes da política e da história nacional bem como dos aspectos de governação, trazendo um conjunto d exemplos para sustentar a sua teoria. Cf: http://macua.blogs.com/files/cmc_n162_porqueguebuza.pdf

ESTRATÉGIAS PARA UM EFECTIVO ENGAJAMENTO/ACTIVAÇÃO DOS CIDADÃOS NAS REDES SOCIAIS: IMPLICAÇÃO PARA A POLÍTICA DO CODD

Imagine-se um jovem, de vinte e pouco anos, urbano, educado, com uma renda que lhe permite adquirir equipamento tecnológico como um telemóvel ou computador. Agora imagine-se ele num centro urbano passeando pelo calçada com as mãos nos bolsos, e auscultadores aos ouvidos, ouvindo a sua música de eleição. Seus olhos olhando pelos pés abaixo não se preocupando com o que está a sua volta muito menos o que vem pela frente. Ele está fechado para o mundo ao seu redor, não ouve o som do tráfego, a vibração, ou a contínua batida e constante das mudanças de cidade. Ele não está vendo a paisagem, os rostos das pessoas ao seu redor, ou os mais recentes anúncios que definem a última moda do consumidor. Ele está desligado, e ainda assim a sua voz é vital na definição do futuro da cidade, seja a futura construção, desenvolvimento residencial ou comercial em pequena escala, o desenvolvimento residencial, ou projectos de infra-estrutura de grande escala, tais como circular de Maputo ou ponte sobre Catembe.

Um estudo comissionado pela *La Fabrique de la Cite*¹² (a fábrica da cidade) identificou que em centros urbanos existem cinco tipos de cidadãos-activistas (Ladet, M. 2012)¹³.

O primeiro chama-se *cidadãos passivos*, parecida ao jovem identificado nas secções anteriores. São cidadãos que desconhecem o ambiente que o envolve muito menos participa dos processos de tomada de decisão na comunidade em que se insere.

O segundo tipo de cidadãos identificado chama-se *activista global*: são cidadãos muito presentes online, porem as suas prioridades estão mais orientadas para assuntos globais como desigualdade social e económica global, pobreza mundial, paz e conflito global, etc.

¹² Esta é uma organização *Think tank* francesa: <http://www.lafabriquedelacite.com/>

¹³ Ladet, M. 2012. "Analysis and Mapping of Trends and Players."
The City Factory.

O terceiro grupo de cidadãos identificado chama-se *campeões locais* (ou da localidade). Este grupo é constituído por cidadãos muito activos online mas também muito bem informados e preocupados com assuntos locais, da sua comunidade. Eles se interessam em ser a diferença, em contribuir com ideias para o melhoramento da sociedade em que se inserem e em ser ouvidos.

O quarto grupo de cidadãos chama-se guardiões da comunidade. São cidadãos que se interessam pela assuntos transversais da sua comunidade ou localidade, porém estão muito poucas vezes online ou offline. São cidadãos que gozam de algum capital político e social e preferem engajar-se em discussões directas com fazedores de políticas e gestores sem contudo engajar-se em política.

Por último está o grupo de *seguidores activos*. Esta franja de cidadãos pode ser activada caso os seus interesses imediatos, seja de consumo ou serviços forem significativamente afectados. São cidadãos que possuem relações online e offline mas não activos enquanto os seus interesses não estarem em causa para defende-los.

A característica comum em todas estas categorias é que os cidadãos estão online. Escusado seria dizer que grandes áreas de aglomeração populacional não estão conectadas on-line entre si e não usam as redes sociais ou meios de comunicação para se manter em contacto entre si para fins de troca de informação entre cidadãos ou para acção política colectiva.

No entanto, uma considerável franja dos seus residentes e outras partes interessadas (ou seja, os empresários, visitantes regulares, funcionários de empresas da cidade com base) estão online e usam as redes sociais.

Aqui, importa fazer a seguinte pergunta: Como e em que medida o CODD pode de forma efectiva e eficaz usar as redes sociais da internet para activar e envolver os

cidadãos em processos de tomada de decisão, elevando os níveis de participação e cidadania crítica¹⁴?

O CODD poderá usar as redes sociais da internet para atingir três grandes objectivos: (1) formar cidadãos confiantes, competentes e eficazes, (2) promover a confiança e a legitimidade do CODD como uma entidade séria e preocupada com a promoção da cidadania e (3) desenvolver uma política de apoio e planos para implementação.

Para atingir esses objectivos, sugere-se que os gestores do CODD ou pessoal relevante adstrito a gestão das redes sociais aja em primeiro lugar como mero organizador e facilitador e não como parte interessada na discussão de assuntos. Ao fazê-lo, o CODD irá activar quatro tipos de cidadãos:

1. Cidadãos informados
2. Cidadãos capacitados
3. Cidadãos envolvidos/engajados
4. Cidadãos inclusos em processos de tomada de decisão

O objectivo deverá ser fornecer aos cidadãos menos activos ou mesmo passivos meios ferramentas para tornarem-se em membros activos; tornar cidadãos menos informados a tornarem-se mais informados; por sua vez, os menos engajados a preocupar-se com assuntos críticos da cidadania e assim tornar-se em verdadeiros campeões dos direitos da cidadania.

Antes de prosseguirmos sugerimos que definir mais uma vez os dois conceitos fundamentais introduzidas até agora: engajamento cidadão e mídia social/redes sociais. Apesar de haver uma multiplicidade conceptual em relação aos dois, não é nosso objectivo resolver as diferenças de definição.

¹⁴ O esboço elaborado da estratégia de advocacia será até o final do ano aprontado e disposto a ser implementado em 2014

Terry Cooper (Cooper, 2005) define o termo "engajamento de cidadãos/participação dos cidadãos", como um processo em que as "as pessoas participam em acções e deliberam colectivamente, dentro um quadro institucional diversificado de interesses, desenvolvendo uma identidade cívica, envolvendo as pessoas em processos de governação "(p. 534). A definição enfatiza a importância de os cidadãos trabalharem juntas e não isoladamente.

Ser engajado não significa andar desconectado ou desactualizado numa comunidade ou cidade ou outra jurisdição; sem o mínimo de conhecimento sobre o que se passa à sua volta.

Participar no processo de governação não se limita por exemplo, em preencher os livros de reclamação e sugestões de uma repartição pública, embora esta actividade seja certamente parte de uma estratégia mais ampla de engajamento.

Lidar com cidadãos potencialmente activos não deve ser a mesma coisa como lidar com um produto comercial, como um champô (ou um outro produto qualquer do mercado que é continuamente submetido ao crivo da pesquisa de mercado para aquilatar às necessidades e expectativas de clientes) uma vez que o champô é apreciado ao nível individual enquanto os assuntos da comunidade são apreciados ao nível da comunidade.

Em segundo lugar, Staci Zavattaro define o termo "mídia ou redes sociais" como "tecnologias que facilitam a interacção social, viabilizam a colaboração e permitem a deliberação entre as partes interessadas" (327).

Subjacentes a esta definição estão três principais componentes que lhe servem como características: interacção social, colaboração e deliberação. As principais ferramentas da mídia social incluem, mas não exclusivamente o Facebook, Twitter, LinkedIn, Flickr, YouTube, Google+ e Quora. Estas ferramentas têm em comum a capacidade de cumprir o potencial deliberativo e colaborativo enfatizado na nossa definição.

Apesar do potencial deliberativo, colaborativo e interactivo destas ferramentas, as pesquisas mostram que as instituições, pelo menos nos Estados Unidos, tratam essas ferramentas como meras extensões de uma estratégia macrocéfala e estática fundada numa comunicação unidireccional e ancorada na difusão unidireccional de informação através de websites menos dinâmicos e interactivos.

Ao promover a participação cívica com recurso estratégico da mídia social, o resultado não será apenas uma comunidade que é civicamente empenhada, mas também aquela que é civicamente saudável.

A comunidade civicamente saudável é aquela em que os processos participativos são inclusivos e plurais; em que os cidadãos contribuem de forma significativa e de forma informada.

A mídia social tem demonstrado capacidade de pôr a comunicar indivíduos e grupos de indivíduos dentro e fora do espaço geográfico, superando assim as barreiras culturais e diferenças políticas; contribuindo com reduzidos custos operacionais com propostas e consensos em torno dos principais assuntos que grassam uma comunidade.

Se por lado esta mídia social representa uma grande oportunidade para catapultar o potencial participativo dos cidadãos e promover o conhecimento relativo a cidadania, por outro, elas possuem um conjunto de perigos que exige uma estratégia mitigadora por forma a salvaguardar o objectivo final.

A tabela abaixo descreve os potenciais perigos de uma estratégia da mídia social e alternativas mitigadoras.

Riscos	Oportunidades
Divulgação de informações de forma rápida (riscos de meias-verdades, ataques a entidades e indivíduos, informação pode ser completamente errada); disponibilidade da informação em cascata	Divulgação de informações de forma rápida (possibilidade para correcções em caso de erro, promoções sem custo, mobilização para eventos, chamadas para a acção)
Capacidade de muito rapidamente mobilizar as pessoas para tomada de acção: pequenas manifestações; fomento a atitudes ilegais	Capacidade de muito rapidamente mobilizar as pessoas para tomada de acções cívicas inteligentes e pertinentes (por exemplo a detenção ilegal do presidente da Associação Médica de Moçambique Dr Jorge Arroz no dia 26 de Maio de 2013 mobilizou em menos de tres horas mais de 3 mil pessoas junto a VI Esquadra da Polícia em Maputo para protestar contra a medida)
Reduzidos custos de participação (potencial de promover a participação de baixa qualidade)	Os reduzidos custos de participação tem o potencial de tornar fácil a participação de indivíduos e a interacção destes com governantes com recurso por exemplo a aplicativos de celular ou internet
Acrescida necessidade de mobilizar recursos humanos para monitorar a mídia social	Custos de participação reduzidos a quase zero (ao contrario do que seria por exemplo, a mobilização de uma manifestação ou reunião ou assembleia)
Vazio legal ou normas jurídicas ambíguas em relação ao registo público e aumento de expectativas em relação a transparência (redução da confidencialidade)	Maior transparência
Redução do controlo sobre a mensagem (interna e externamente)	Mais canais para veicular mensagens não filtradas
Criatividade sem estratégia	Pode ser estrategicamente criativos

CONCLUSÃO

Tal como ficou evidente ao longo da nossa pesquisa, os baixos níveis de cidadania contribuem para a promoção da espiral do silêncio e alheamento à participação pública. A esmagadora maioria da população moçambicana não tem acesso à pluralidade de informação produzida pelos diversos órgãos de informação. Ainda que se fale de diversidade, o raio de acção dos órgãos de informação tradicionais é deveras limitado e isto contribui para a concentração em grandes centros urbanos.

Em termos numéricos, a penetração da internet em Moçambique consegue cobrir maior número de cidadãos do que a totalidade dos órgãos de imprensa.

Se considerarmos apenas indivíduos com contas de Facebook (1.5% da população moçambicana) estamos perante 330 mil habitantes com acesso diário a os conteúdos produzidos por esta rede, de longe superior a totalidade da circulação diária de todos jornais juntos. Este número representa uma oportunidade que maximizada, através de uma estratégia coerente pode contribuir para potenciar os cidadãos em vários domínios da cidadania activa.

A par disto, a internet está presente em todos os cantos do país com o desenvolvimento dos serviços de internet dos operadores de telefonia móvel. Esta oportunidade transforma qualquer esforço local em nacional e internacional, projectando as ideias, partilhando oportunidades e experiências, encorajando cidadãos, educando e informando.

À medida que os órgãos de informação vão se tornando cada vez menos livres na sua capacidade de informar e vigiar o poder, os cidadãos têm nas redes sociais como a alternativa viável para a sua participação pública. Os exemplos que ao longo deste trabalho pudemos trazer, mostram claramente o peso social e a credibilidade das redes sociais na sua relação com a mídia tradicional.

BIBLIOGRAFIA

- Bryer, T. A. 2011. "The Costs of Democratization: Social Media. Adaptation Challenges Within Government Agencies." *Administrative Theory & Praxis* 33 (3): 341–361.
- Bryer, T. A., and S. M. Zavattaro. 2011. "Social Media and Public Administration: Theoretical Dimensions and Introduction to the Symposium." *Administrative Theory & Praxis* 33 (3): 325–340.
- Cardoso, Gustavo; Lamy, Cláudia (2011). "Redes sociais: comunicação e mudança".
- Cooper, T. L. 2005. "Civic Engagement in the Twenty-First Century: Toward a Scholarly and Practical Agenda." *Public Administration Review* 65: 534–535.
- Cooper, T. L., T. A. Bryer, and J. W. Meek. 2006. "Citizen-Centered Collaborative Public Management." *Public Administration Review* 66 (Suppl. s1): 76–88.
- Hand, L. C., and B. D. Ching. 2011. "You Have One Friend Request: An Exploration of Power and Citizen Engagement in Local Governments' Use of Social Media." *Administrative*
- Homero Gil de Zúñiga , Aaron Veenstra , Emily Vraga & Dhavan Shah (2010): Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation, *Journal of Information Technology & Politics*, 7:1, 36-51
- JANUS.NET e-journal of International Relations, Vol. 2, N.º 1, Primavera 2011
- Karpf, David (2010) "Online Political Mobilization from the Advocacy Group's Perspective: Looking Beyond Clicktivism," *Policy & Internet*: Vol. 2: Iss. 4, Article 2.
- Pereira, João C. G. (2007). Onde é que os eleitores moçambicanos adquirem as suas informações políticas? Maputo: IESE
- Raposo, Egidio et al. 2012. A centralidade das redes sociais no acesso ao Estado pelos cidadãos. In: *Boletim debate*. Maputo: CEC, pág. 4-11.
- Theory & Praxis 33 (3): 362–382. Ladet, M. 2012. "Analysis and Mapping of Trends and Players." *The City Factory*. Accessed September 18: <http://www.lafabriquedelacite.com/en/speech/analysis-and-mapping-trends-and-players-speech-only-available-french-slides-english>
- Vissers, Sara; Stolle, Dietlind (2012). Spill-over effects between Facebook and on/offline political participation? Evidence from a two-wave panel study. Edmonton, Canadian Political Science Association Annual Meeting, June 15-17, 2012

Wang,X., and T. A. Bryer. 2012. “Assessing the Costs of Public Participation: A Case Study of Two Online Participation Mechanisms.” American Review of Public Administration. Publicado online
<http://arp.sagepub.com/content/early/2012/03/15/0275074012438727.full.pdf+html>.

“Porque Guebuza não gosta do Facebook?” Canal de Moçambique. Online:
http://macua.blogs.com/files/cmc_n162_porqueguebuza.pdf